

数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探析

郝倚落

(国网河北省电力有限公司安新县供电分公司, 河北 雄安新区 071600)

【摘要】近年来,随着社会的进步和国家经济的发展,电力营销数字化已经成了各大供电企业营销管理的重要手段,它可以整合供电企业内部的资源,促进供电企业高质量发展。在此基础上,提出了一种新的、有针对性的、可操作的、可实现的、可行的、有效的、可持续的、可复制的、可扩展的、可应用的、可推广的、可拓展的、可延伸的、可重复的、可替代的、可借鉴的、可再生的数字化管理模式。针对这一现状,本论文着重探讨了电力营销系统数字化管理的价值和应用,为电力营销系统数字化管理提供了借鉴。

【关键词】数字化管理; 电力营销; 业务; 价值; 实践

前言:

从总体上看,营销数字化管理模式能够使供电企业更好地进行经营,并能为未来企业的发展提供有价值的资料。然而,随着新体制改革的不断深入,电力营销业务管理模式的运作也受到了一些挑战。面对这样的局面,供电企业可以在发展过程中,将数字化管理方法引入到营销业务链中,实现各种数据信息的共享,从而提高供电企业的整体营销水平。

一、数字化管理模式概述

(一) 基础概念

数字化管理模式,也就是利用计算机和通信网络等现代化信息处理技术,对供电企业管理人员和管理对象行为进行综合量化,从而实现企业集成信息管理系统。在现代电力营销系统中,数字化管理模式可以有效地提升国家电力营销业务管理制度的科学化水平,促进电力行业稳步、长远发展。

(二) 特征

数字化管理模式是以现代化信息技术转变为基础而形成的,它实现了供电企业营销业务管理和供应链系统的有效结合,在新型网络信息和计算机网络通信管理技术支持下,对供电企业当下营销业务管理系统业务流程进行优化和整合。所以,数字化营销业务管理系统模式拥有了企业业务系统数据、内部财产、客户资料转换和管理功能,充分体现出企业量化营销业务管理系统业务可计算性。在供电企业发生运行故障或者经营问题的时候,可以利用数字化管理模式,对企业的发展进行科学的分析,帮助企业克服困难。

二、数字化管理在电力营销业务中的应用价值

在供电企业的管理中,推行电力营销业务数字化管理模式,能够为企业员工的数据处理工作提供支持,能够计算出准确的数据,从而能够有效地降低企业的成本,实现精细化管理,从而减少物资、人力资源的浪费和分配不均。这对于促进我国电力行业的转型升级

起到了积极的作用。在电力工程建设中,对工程建设的各个阶段进行管理,使工程管理信息化和可视化,为工程建设管理开辟了一条新的途径。通过数字化的综合监管模式,使所有参与者能够分享到相关的信息,提高了沟通的效率,避免因沟通不及时而带来的工作后果,帮助政府行政机关达到有效的监管效果。供电企业数字化管理可以使企业对各个工程的现场情况进行实时监测,包括工期、质量、人员、材料等指标,这样就可以迅速找到工程的风险点,并对其有一个详尽的认识,进而提出相应的对策。帮助各部门及时了解项目的进展情况,并建立项目的信息数据库。

三、电力营销数字化管理的关键技术

(一) 服务系统创建

由于数据管理系统是在网络环境下进行的,因此,为了使数据管理系统能够正常运转,首先需要建立一个服务器系统。具体地说,服务器系统是一种服务器集成体,它包含了所有的应用系统对应的服务器,比如数据库服务器、应用服务器、事务处理服务器、工作流处理服务器等,因此,服务器是支撑系统运行的一个重要组成部分。在服务器系统的设计中,要保证所有的服务器都可以正常的工作,系统的建立主要包括了数据存储、信息处理、应用服务。为确保系统的正常运转,一般是将两台较小的机器联合起来,一边运转一边对磁盘阵列进行存储,这样可以有效地提高小型机的运转效率和安全性。应用服务器采用多个独立服务器来保证系统处理交易,使系统的扩展性达到最大化。将全部数据集中存储于中央数据库服务器,并通过中央数据库服务器进行统一配置,通过信息渠道实现客户与数据库的交互、对象与数据的访问。

(二) 系统的体系结构

结构系统与服务系统不同,具有自己的特点,其中电力营销数字化管理模式的系统结构是由业务处理、数据存储和应用表示三部分组成。其中,应用表达和

业务处理是以系统的外部为目标来处理的，而数据的存储则是以系统的内部研究和应用为目标来展开的，不管是从外部还是从内部来建立系统，目的都是要让系统的结构更符合需求。

（三）中间件技术

中间件是一种系统软件，系统是通过它来实现资源共享的，利用中间件可以维持不同节点应用进程关系的关系、负载等平衡，还可以调度应用。

四、电力营销现场安全管理问题研究

（一）缺乏完善的安全管控制度

在目前阶段，很多供电企业都是采取了集中访问的方式，没有将业扩问题考虑进去。虽然各地供电企业都进行了一些创新，但是他们还没有能够在很短的时间内建立起一个业扩现场的管理体系，这就影响到了安全控制体系的健全程度。在这样的情况下，就会出现一些安全施工问题，给后续的工作带来了不利的影响。

（二）人员施工规范性不足

在电力企业中，施工人员的素质是非常重要的，它会对业扩现场的安全性产生很大的影响，所以，在实际工作中，施工工人应该按照科学的施工规程，对线路和电气设备进行测试，但是，有些施工人员由于工作经验不足，没有提前测电，导致了一系列的安全事故。

（三）施工用具与防护装备存在问题

在电力施工过程中，使用了大量的设备，并且这些设备还带有一定的特殊性，所以在施工过程中，施工人员应该做好相应的防护措施，如果施工用具及防护装备出现问题，就会对施工人员生命健康造成影响，对电力营销业扩现场管理的安全性造成了很大的影响。

五、数字化管理模式构建

（一）电力营销数字化管理服务系统

在建立电力营销数据信息服务平台的过程中，需要对服务器端进行科学的资源分配。

首先，在搭建服务器的时候，可以使用两个小机器，并进行双机热备份，以保证系统的工作效率，并提高工作的安全、稳定度；其次，利用多个微机伺服器，以微机伺服器作为电销数字系统的伺服器，来处理各种交易，以加强电销数字关系伺服器的扩展性，提升电销数字系统交易的品质与效率。

（二）系统体系结构

与传统的服务型电网架构设计模式相比，结构性电网架构设计模式具有其自身的独特性。在我国电力系统业务市场营销过程中，通常应用的数字化电力业务管理模式系统结构可以分为三大部分，分别是实际业务数据存储、业务应用数据处理和实际业务数据分析运用。实际业务数据应用存储，是对系统电力业务外在实际数据应用进行业务处理，而

内在实际数据和应用存储中的应用数据，是对系统外部电力业务的内在实际数据应用进行实际业务数据处理。不管是内部电力系统业务层的整体构建，还是外部电力系统业务层的整体构建，其系统设计的最终目标都是可以使系统结构设计更好地满足电力客户实际数据应用的需求。

六、加强数字化管理在供电企业营销业务中运用策略

（一）完善数字化管理基础设施

为了加快电力管理数字化的发展，供电企业需要对与之相适应的基础和硬件设施进行完善，这样才能为管理工作的顺利进行提供一个关键的管理基础设施保证。目前，中国供电公司已逐步开始对营销数字化、管理信息化等业务进行投资，并在前期逐步推行并实现了营销一体化，这种联动的营销工作组织方式给用户的管理带来了方便，也为营销工作组织方式的不断创新创造了有利条件。因此，为进一步加快我国电力市场营销的管理数字化快速发展，还应应对引进销售联动管理项目的研发方案进行研究和设计，对每个工作环节进行仔细的监管。

（二）提升销售管理人员数字化业务操作技能转化水平

在供电企业不断完善思想，走向企业数字化、信息化销售，持续发展市场经营管理模式的实际应用背景下，现代化的专业市场经营管理人员培训队伍也应该积极学习并引入与之相关的数字化管理模式。任何先进的管理意识和理念，都需要由专业人才来彰显和实现。所以，要持续强化在整个供电企业中的营销人员数字化管理意识和水平，提升相关的管理人员对数字化的运用和管理能力，增强其实践性。

（三）建立完善的电力营销数字化

在当前的时代背景下，供电企业必须加强对已有信息网络的研究，构建联合智能电表，完成计量工作，并根据用户电表的特点，对其进行相应的优化和改进，积极推动新型的电力服务模式，采用数字化营销的方法，让用户能够在线缴费，这样既节省时间又节省精力，为用户的用电带来了很多方便。在此基础上，提出了一种新的电力营销数字化模型，并对其进行了分析。所以，供电企业要尝试建立电力营销配套数字化控制模块，对电能营销软件进行持续改进，最终形成一套完整的数字化营销软件。

（四）推动技术创新应用

科学技术是第一生产力，电力营销数字化建设要紧跟新时代的发展步伐，要紧密地与现代科技相结合。

首先，针对当前市场发展的需要，对数字化技术进行了不断的完善与创新，从而实现电力营销的信息化与数字化，开创了电力营销的新局面。其次，拓展产业链的增值业务，积极研发相应的软件，并将其应

用到用户的生活中去,从而使电力公司的经济效益和社会效益得到最大程度的提高。例如,对电力产品的营销 APP 进行开发,将电力营销引入到客户的日常生活中,确保电力营销的方便性、及时性;最后,利用数字化技术,实现了对电力营销信息数据的自动输入,避免了由于人为原因而造成的输入数据的偏差,在保证数据信息的准确性和利用率的前提下,降低了人力成本。

(五) 建立完善的电力营销信息化建设体系

在实际发展的过程中,供电企业要与我国的国情相结合,在对既有电力信息化管理模式进行深入分析与研究的基础上,以电力营销当前现状和发展需要为依据,实行规范、精准电力营销原则,采用先进的数字化技术,构建完整的电力营销信息化建设体系。

首先,构建电力营销信息化的体系架构,全面收集、整理、分析和处理与电力营销有关的所有数据信息,确保信息的分类清晰,数据收集的精确性和有效性,使数据信息得到有效利用。其次,建立一个数字交互平台,对信息和数据的潜力进行深度挖掘,全面了解顾客的需要,使数据和信息的价值得到最大程度的发挥。最后,要加强对电力营销工作人员的技术培训,定期组织对电力营销业务理论知识、数字化技术及技能进行培训考核,提高营销人员的业务素质,为供电企业营销信息化建设提供先进技术和人才保障。

总之,要推动供电企业又好又快又稳的发展,必须建立科学完善的营销信息系统。

(六) 准确掌握用户的潜在需求

能否向客户提供优质的服务,是实现可持续发展战略目标的根本条件。运用数字化营销管理体系,能够对用户的潜在需求进行分析,从而为供电企业的管理措施的创新和全面实施提供可靠的数据支撑。所以,供电企业必须明确和贯彻以用户为中心的理念,突破传统的电力营销模式。利用数字化技术,对用户的潜在需求进行全面的了解,确保了电力服务和管理的多样化,并根据不同需要的客户,制定出个性化的营销方案,创造新的营销管理模式,努力为用户提供最适合自己的营销服务。针对用户不同的消费行为,实施有针对性的政策。利用数字化精准对比,可以及时地发现营销管理系统在运行过程中出现的问题,从而对电力管理营销模式进行适时的调整,并持续地进行更新,最后才能让用户的需求得到满足。因此,通过满足用户潜在需求这一方式,可以间接地有效地提高电力营销管理整体质量和水平。

(七) 优化营销服务管理流程

在新的时代背景下,要想让电力市场营销体系的运作效果得到充分的保证,就必须对现有的管理流程进行优化和完善,只有这样,才可以更好地为广大用电客户提供服务。

首先,要正确处理好企业内部各部门及员工间的关系,加强各部门及员工间的紧密协作;其次,对现行的电力营销业务实施标准进行了细化和制订,并对其进行了科学的划分,如引导、咨询、业务解答等。对于顾客所反映的一系列问题,制定了一套可追溯的责任体系,既能帮助顾客解决真实的问题,又能提高顾客解决问题的质量和效率。

(八) 电网检测诊断优化

在供电企业在进行经营发展的过程中,在进行维修的时候,不可避免地会受到各种因素的影响,面对各种类型、种类繁多的风险问题,给供电稳定性、安全性和可靠性带来了干扰,还会引起电力安全事故,对供电企业的正常运行产生不利的影响,对人民的生命安全和财产安全构成了威胁。所以,对电网进行检查和故障诊断,对于供电企业来说,都是非常重要的一环。从当前的情况来看,电网的检测和诊断需要高质量的信息数据,只有在系统和精确的信息支撑下,才能有效地确保对电网运行状态进行准确的评价。

供电企业可以运用大数据技术,对电网数据和信息进行收集,并对其进行科学的分析,从而提高电网检测诊断的质量,为电网系统构建安全运行管理系统。具体地说,就是在每个区域的发展情况的基础上,利用大数据技术,对相关设备进行采集和检测,并进行实时性和系统性的分析,从而达到对数据信息的全面整合,构建出一个数据化的观测控制系统,从而完成对供电企业经营管理中大量的信息数据的处理,并对其中的异常提出警告,从而有助于技术操作人员对电网进行快速和精确的诊断。在大数据环境下,可以有效地实现对电网数据信息的检测与管控,为数据的对比分析提供便利。

结束语:

总而言之,数字化管理在供电企业营销管理的过程中,具有非常重要的价值和效用,它能够促进供电企业的相关管理制度持续优化和完善,从而提升企业的市场核心竞争力,促进供电企业稳健、可持续发展。在这种情况下,在供电企业的经营管理过程中,应该与当前的发展状况相结合,强化对业务人员的技能培训,并积极地改变营销方式,用先进的管理方式来促进供电企业更好更快地发展。

参考文献:

- [1] 苘春生,陈嵩建,初义峰.电力企业物资集约化管理的研究与分析[J].企业改革与管理.2016,(2): 54-55.
- [2] 罗恬.集约化管理在电力企业物资管理中的意义[J].现代商业.2013,(29): 185-186.
- [3] 刘光进.电力物资集约化物流管理应用分析[J].价值工程.2012,(26): 16-17.